

互联网平台企业新型垄断行为的法律规制

陈雨婷

北方民族大学法学院, 宁夏 银川

收稿日期: 2023年11月3日; 录用日期: 2023年11月17日; 发布日期: 2024年2月4日

摘要

随着科技的发展, 我们已经从“互联网经济时代”进入“互联网平台经济时代”, 阿里巴巴、京东、美团等电商平台如雨后春笋般涌现。互联网平台企业依靠其先发优势, 逐步发展成为具有市场优势地位的超级网络平台。在市场竞争日益加剧的背景下, 互联网平台企业为了获得更大的市场份额, 不断出现新型的垄断行为, 这些行为不仅破坏了市场的竞争秩序, 还损害了消费者的权益, 并妨碍了技术创新的进程。因此, 如何在新型市场环境下规范市场竞争、预防互联网平台企业实施限制竞争行为已经成为我国《反垄断法》亟待解决的新问题。基于这一研究思路, 此文首先对互联网平台新型垄断行为的表现进行论述, 通过一系列滥用市场支配地位的行为揭示互联网平台滥用市场支配地位扰乱竞争秩序的严重危害。其次, 分析互联网平台垄断法律规制的立法现状以及互联网平台垄断法律规制的必要性。最后, 从改进互联网相关市场的界定办法, 完善互联网平台支配地位的认定以及全面提升反垄断执法水平几个方面对互联网平台企业新型垄断行为的规制方面提出相关建议。

关键词

互联网平台, 新型垄断, 法律规制

The Legal Regulation of New-Type Monopoly Behavior of Internet Platform Enterprises

Yuting Chen

Law School of North Minzu University, Yinchuan Ningxia

Received: Nov. 3rd, 2023; accepted: Nov. 17th, 2023; published: Feb. 4th, 2024

Abstract

With the development of science and technology, we have changed from “Internet economy era” to “Internet platform economy era”, internet platforms like Alibaba, JD.com and Meituan are spring-

ing up. Internet platform enterprises rely on its first-mover advantage, and gradually develop into a market-dominant position of the Super Network platform. Under the background of increasing market competition, in order to gain more market share, new monopolistic behaviors emerge constantly, which not only destroy the competitive order of the market, it also undermines the rights of consumers and impedes the process of technological innovation. Therefore, how to regulate market competition and prevent internet platform enterprises from restricting competition has become a new problem to be solved in our anti-monopoly law. Based on this research thinking, this article first discusses the performance of the new monopoly behavior of Internet platform, through a series of abuse of market dominance behavior reveals the internet platform abuse of market dominance to disrupt the competitive order of serious harm. Secondly, it analyzes the status quo of the legislation and the necessity of the legal regulation of the Internet platform monopoly. Finally, this paper puts forward some suggestions on how to improve the legal regulation of new monopolistic behaviors of Internet platform enterprises from the aspects of improving the definition of Internet-related market, improving the identification of the dominant position of Internet platforms and comprehensively enhancing the level of anti-monopoly law enforcement.

Keywords

Internet Platform, New Monopoly, Regulation by Law

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 互联网平台企业新型垄断行为的表现及危害

1.1. 互联网平台企业新型垄断行为的表现

随着网络信息技术的进步，我们的经济和社会经历了深刻的变革，特别是在互联网经济这一领域。互联网平台已经成为新时代经济增长的新引擎，它在推动资源的最优分配和产业的更新升级方面起到了至关重要的作用。尽管互联网平台为社会生活和经济注入了便捷和活力，但同时也带来了一系列新的挑战和问题。其中，互联网平台所实施的垄断行为就是一种典型代表。近年来，我国的互联网平台作为新兴的事物得到了快速的发展，出现了一些大型的互联网平台，并伴随着流量劫持、平台二选一、大数据杀熟等一系列的垄断现象。这些与传统垄断行为有所区别的新现象常常难以准确识别，并不可避免地对社会经济的稳健发展造成了不良影响。

第一，流量劫持。互联网平台作为网络交易平台，以获取流量为目的，并向用户收取费用。流量劫持所指的是互联网平台上出现的一种创新的垄断现象，互联网平台通过捆绑收费或者其他方式向用户收取费用，获取了大量的用户流量。具体来说，这是指通过商业策略或技术手段，非法夺取原本应当是商业实体的交易机会，并诱导或强迫用户使用劫持者提供的网络服务，同时这种行为是不正当的。当一个互联网平台的用户在正常情况下浏览某个网站时，另一个网站会采用技术手段强制用户访问其网站，从而产生访问流量。流量经济是互联网经济的核心体现，流量劫持的具体表现包括：强制互联网平台的用户访问其网站、连续弹出新的窗口、主页被锁定。

第二，平台二选一。互联网平台二选一行，指的是指拥有市场优势地位的网络平台，为了占据较大的市场份额，利用其掌握的优势资源，逼迫平台上的商家、用户以及消费者进行互联网平台二选一。简单地说，就是选择和哪个平台合作的问题。在合作的过程中，要么跟这个平台合作、要么和另一个平

台合作的垄断行为。对于该种行为，在本质上是对市场支配地位的滥用，构成相关的限定交易的行为。在二选一行为中，互联网平台企业经营者剥夺了平台交易相对人一定的选择权。如：3Q大战中的用户二选一、天猫商家二选一行为，沃尔玛商家行为等。

第三，大数据杀熟。大数据杀熟在本质上是一种差异化的待遇方式，它意味着在同一平台和同一时间对相同的产品或服务进行搜索，不同的用户所得到的价格可能会有所不同，甚至可能存在较大的差异。通常情况下，所谓的“熟客”看到的价格比新客户要高。所以大数据杀熟就成为了目前很多商家都会使用的一个手段来提高自己的销售量，但是也有许多不法商家为了牟取暴利而将消费者作为最大的受害者。由于熟悉的客户通常比新入行的客户更倾向于信任商家能提供优质的服务，商家便利用了消费者的这种心理优势，从而能对同一种商品征收更高的价格。在网络购物中，大数据杀熟是一种经常侵犯消费者权益的行为，这种现象在目前的外卖和出行平台上屡见不鲜[1]。

1.2. 互联网平台企业新型垄断行为的危害

互联网平台因其低廉的成本和快速的信息传输能力而获得了显著的经济回报，但同时也面临诸多挑战，尤其是新型垄断行为。这些新型垄断行为对市场竞争造成极大危害。

首先，损害消费者的合法权益。部分平台公司为了提高其平台用户的使用频率，不惜利用自己的优势地位进行非法操作，为竞争对手设置了技术障碍。这将在产品市场上形成一种主导地位，并对消费者的自主选择权施加了极为严格的限制。在这种情形下，消费者就无法获得对该平台公司的选择权。在网络经济的激烈市场竞争中，通常是一家或几家平台公司同时出现，但由于资本和技术的限制，其他公司往往难以进入。因此，具有市场垄断能力的平台公司往往会出现滥用市场支配地位的情况。如果消费者对这种行为缺乏必要的了解或者不能正确地判断出这一行为是否构成了滥用市场势力，那么就有可能损害其自身利益甚至危及社会公共利益。因此，消费者的合法权利很难获得充分的保障。

其次，破坏了市场的正常竞争环境。市场的发展核心在于竞争，这有助于市场更好地分配资源，从而达到优胜劣汰的效果。近年来，互联网企业凭借其低成本优势和信息传递快捷便利等特点在国内各地区迅猛发展起来，并对传统行业产生巨大冲击。互联网公司在市场上的影响力主要表现为通过调整市场价格或设置市场进入的障碍来扩大其市场份额，并因此获得超出常规的利润，这种能力与公司所实施的市场策略密切相关。占据市场主导地位的互联网公司的滥用行为，其影响主要是由消费者和竞争对手这两个主要群体共同施加的。对消费者而言，由于互联网企业具有强大的技术优势和信息传递渠道，能够迅速地将消费者需求转化为商品供给，因此消费者选择互联网企业的概率较高。对于竞争对手而言，由于他们的市场垄断地位，他们在某种程度上有机会获得丰厚的利润，这也进一步吸引了更多的消费者选择购买他们的产品。然而，这也可能对其他的经营者产生巨大的压力，导致市场份额的减少和市场竞争环境的恶化等问题。

最后，扼杀市场创新可能。互联网公司在滥用其在市场中的主导地位的同时，也可能通过限制和排除竞争来削弱行业的自主创新能力，从而形成一种被称为“反常”的创新氛围。这种情况不仅可能引发互联网公司的过度投资和资源的浪费，还可能妨碍我国经济发展模式的转型。在国内市场上，大多数互联网企业都是通过低价策略进行销售，甚至有的互联网企业采用了不正当手段来获取利润。面对市场的剧烈竞争，众多企业往往只能通过降低价格来获得竞争优势。在这种情况下要想取得竞争优势就必须提高自身技术创新能力。在这样的背景下，模仿成为了一个不可避免的决策，通过持续的技术革新来获得更大的市场占有率，进而实现更高的盈利。中国的互联网产业创新模式属于典型的跟随型创新，虽然这种创新方式已经取得了一定的进展，但也存在许多缺点，不正当的创新氛围正在对互联网产业的发展产生长期的负面影响[2]。

2. 互联网平台企业反垄断规制的现状及问题

2.1. 我国互联网平台企业垄断法律规制的现状

我国对互联网平台垄断的规制分散在各部法律法规之中,没有统一的规定。主要体现在《反垄断法》、《电子商务法》、《价格法》中。

我国的《反垄断法》在其第3条、第17条和第18条中详细规定了互联网平台的垄断行为。《反垄断法》的第3条明确列出了三种垄断行为,它们是垄断协议、市场支配地位的滥用和经营者的集中。这为我国的《反垄断法》在互联网平台垄断方面建立了一个完整的法律框架。根据《反垄断法》的第17条,对于那些经营者被禁止的滥用市场支配的行为,特别是在互联网平台上的企业,如果这些经营者进行了如差别待遇、掠夺性定价、排他性交易或捆绑搭售等行为,并试图消除或限制竞争的后果,那么他们应当受到我国《反垄断法》的约束。同时,还需要明确互联网平台企业是否构成市场支配地位以及如何界定其范围。《反垄断法》的第18条明确了确定市场支配地位的各种因素,这其中也涵盖了对市场参与者在交易中的依赖程度,这为我国反垄断法对互联网平台垄断行为的依赖性理论提供了初步的阐述。

《电子商务法》在第22条和第32条主要规定了电子商务平台上企业的滥用行为。从立法目的来看,电子商务平台经营者滥用行为属于滥用市场势力,但也有部分是为了维护公共利益而进行的。第22条规定专门针对电子商务平台经营者,明确指出电子商务平台经营者不应滥用市场支配地位,并应排除或限制市场竞争。该条款适用于所有具有网络交易平台特征的电子商务活动。第32条明确规定了消费者权益的保护,要求电子商务平台经营者必须遵守公开、公平、公正的平台服务协议和交易规则,确保进入和退出平台、商品和服务的质量,保护消费者的个人信息和其他合法权益。从实践来看,《电子商务法》关于电子商务平台经营者滥用行为的规范具有一定的局限性。

在我国的《价格法》中,针对互联网平台经营者存在的不正当竞争行为,第7条明确规定了经营者在市场竞争过程中必须遵守公平、诚实和信用的基本原则。互联网平台的运营者进行超高定价的做法明显违背了我国的《价格法》所设定的价格准则。《价格法》的第14条第五款规定了对经营者不正当定价行为的管理,对于在相同交易条件下的交易对方,提供相同产品或服务的经营者不应对其实施价格歧视。由于互联网平台企业自身的特点,其往往会利用消费者和竞争者之间存在信息不对称性的情况进行价格竞争。因此,平台企业通常会选择低价或免费的商业策略,为一方面的用户提供商品或服务,以吸引他们,并积累大量的资源。同时由于平台企业的定价具有灵活性和多样性的特点,其在市场上所实施的各种价格歧视也会受到影响,这就需要制定专门的反垄断法予以规范。但目前来看,我国针对互联网平台企业的非价格歧视的相关立法尚较为空白[3]。

2.2. 互联网平台企业反垄断法律规制存在的问题

第一,互联网平台相关市场的界定障碍。互联网行业的特殊性决定了其反垄断规制具有复杂性和独特性。在传统的市场环境中,产品的界限通常是明确的,也就是说,产品的定义是由消费者自行确定的,但随着网络技术的进步,各种跨行业、跨平台和跨行业的合作方式不断涌现,与此相关的产品和服务的边界已逐渐变得不那么明确。相对于传统市场,互联网平台的产品更新速度加快,而互联网技术的持续创新和完善也导致了相关产品的可替代性在不断演变。随着技术的进步和用户需求的变化,那些曾经看似完全无关的产品可能会出现重叠。以淘宝、网易云、哔哩哔哩等应用为例,它们都具备了先进的社区分享和即时聊天功能,所以很难确定它们是否能够完全取代微博和微信。互联网市场与实体市场之间的边界变得越来越模糊,线上和线下的分界也变得越来越不明确,这导致了相关市场定义的广泛争议。

第二,互联网平台市场支配地位的认定困境。在界定互联网平台是否具有市场支配地位之前,首先

必须明确互联网平台是否具有“市场”这一概念，否则就难以确定是否应当适用反垄断法来规范和调整互联网平台上的市场竞争活动。根据我国的《反垄断法》第18条规定，当经营者在相关市场的市场份额超出一半时，他们便被视为市场的支配者。因此，判定市场支配地位时需要综合分析市场份额和价格两个方面。由于互联网企业具有不同于传统企业的经营模式和商业模式，销售额和成交额这些货币指标在大部分场合下已不再适用。因此，当互联网公司的销售额相对较低时，用这些数据来估算其在市场上的份额可能并不真实地反映出互联网平台在整个行业中的位置。这导致了实际上拥有市场支配地位的互联网平台被视为没有市场支配地位，从而使得对它们的有效监管变得困难[4]。

第三，互联网平台反垄断法执行时机难以把握。在执行反垄断法律时，选择合适的执法时间会直接决定反垄断执法的实效性和执行质量。在数字市场环境下，由于信息不对称以及监管资源不足等原因，传统的反垄断法适用原则与方法无法完全适用于数字经济时代。数字市场作为一个新兴领域，对于反垄断企业来说，通常会采用“拖延”的手段以规避法律执行，这进一步导致了不恰当的执法时机。过早的执法行为有可能妨碍市场的创新和发展，而延迟执法则可能对市场竞争造成严重破坏，甚至可能给消费者和经营者带来不可逆转的损害。我国的反垄断执法实践已经表明，执法时间的滞后往往使执法效果大打折扣。

3. 完善我国互联网平台垄断法律规制的必要性及建议

3.1. 互联网平台垄断法律规制的必要性

在实践中，为了追求更高的利润，互联网平台的经营者可能会滥用其市场中的主导地位。通过前文分析，这种行为不仅损害了消费者的合法权益，还破坏了市场的正常竞争环境，而且还妨碍了技术的创新。在这种情况下，对互联网平台上的企业垄断行为进行法律规制变得尤其重要。平台的垄断问题不仅仅局限于平台自身的利益冲突，随着平台规模的不断扩大，替代网络平台的进入难度也相应增加。平台的垄断行为虽然具有隐蔽性和欺骗性，但是一旦实施将会导致消费者福利受损，甚至会威胁到整个行业乃至国家经济安全。因此，为了解决垄断的问题，我们必须依赖外部的干预手段，而立法的规定是不可或缺的。目前，我国反垄断立法尚未建立起有效规制互联网领域垄断性行为的法律制度体系，平台监管中存在着诸多不完善之处。在实践中，一些具有一定社会市场支配地位的平台公司为了吸引更多的用户和获取更多的社会公共资源，常常利用自身优势设置市场进入壁垒，从而剥削那些在市场竞争中相对弱势的平台公司的权益，并因此获得巨大的垄断收益，这严重损害了社会公共利益。因此，从本质上讲，市场垄断是一种不正当竞争，它严重损害了消费者合法权益以及社会公共利益。因此，根据现代社会的公平和正义观念，为了确保市场的公平竞争和社会公共利益的有序发展，我们必须通过立法来进行严格的规制[5]。

3.2. 完善我国互联网平台垄断法律规制的建议

第一，改进互联网相关市场的界定办法。由于互联网平台具有明显的外部性特点，其中一方用户数量的增加将直接影响到另一方用户规模的扩张，这种锁定效应也会增加用户的黏性。在互联网产业中，付费市场是一种非常重要的市场结构形式，也是互联网平台进行经营活动的基础和前提。显然，付费市场在互联网平台经济中扮演着至关重要的角色。因此，我们应当考虑引入双边市场这一概念，重点研究付费市场的竞争模式，并对互联网平台的相关市场进行明确的定义。在确定相关市场的时候，我们应该根据不同的业务类型来为平台制定差异化的定义。此外，还应对互联网平台上的相关交易进行定价，并制定相应的政策来引导其发展。对于相关市场的价格和收入问题，需要明确该页面的交易种类和收入来源等。

第二,完善互联网平台支配地位的认定。互联网平台所具备的独特的免费特性颠覆了传统市场对市场支配地位的定义方式,即主要以产品的销售量作为衡量标准。因此,为了适应当前互联网平台的快速发展,有必要完善互联网平台经济领域的市场支配地位的定义标准。具体来说,在确定市场支配地位的过程中,除了需要考虑市场份额外,还必须将企业的技术能力、资金状况以及控制销售市场的能力等多个因素纳入考量范围。此外,还应当考虑网络外部性对市场行为的影响,并根据其大小确定相应的规制强度。在深入研究市场份额的过程中,我们应当考虑到网络的独特性,并以平台的搜索量和页面的浏览量作为评判标准。转移成本是指平台对其拥有的用户所支付的费用或服务的价格,而不是平台向该用户提供产品或者劳务时所花费的成本[6]。

第三,全面提升反垄断执法水平。互联网上出现的新型垄断行为与传统的垄断行为有所不同,这种行为不仅具有高度的专业性,同时也显示出其隐秘性和科技应用价值。因此,互联网反垄断执法难度也就更高,这就需要对现有的反垄断执法体系进行完善。因此,我们不仅需要加强执法团队的建设和数据行业人员的培训,还需要加强行业监管和反垄断法的协调作用,以全面提高反垄断执法的水平。在互联网行业中,行业监管扮演着一个不可或缺的角色。因此,确保行业监管机构与反垄断执法部门之间的协同合作是至关重要的。一方面,需要高度重视行业协会在反垄断执法活动中的关键角色,同时也需要加强行业监管机构与反垄断执法部门之间的信息交流。另一方面,应当通过立法或其他方式将行业协会纳入到反垄断执法体系之中,充分发挥行业协会在反垄断法实施过程中的积极作用[7]。

4. 结语

网络平台经济,作为一个新兴的经济领域,已经成为推动我国经济增长和社会进步的关键驱动力。在网络经济中,互联网平台是连接企业和消费者之间的纽带,它既可以充当信息中介又可以扮演交易媒介,因此,互联网平台具有典型的双边市场特性。平台垄断行为不仅侵犯了经营者的合法权益,而且扰乱了市场经济秩序,影响着整个国家或地区经济发展。无论是在全球范围内加强对互联网行业反垄断的支持,还是在我国当前强调反垄断和遏制资本市场无序扩张的大背景下,加强对平台经济滥用市场支配地位的治理都是明智的决策和不可避免的后果。在这一背景下,如何制定出一套行之有效的平台经营行为的反垄断法制规则已成为一个亟待解决的问题。因此,深入研究网络平台经营活动中的反垄断法律规定,不仅对于维护广大消费者的权益、确保国际市场的有序竞争和市场的稳定性至关重要,而且对于反垄断实践的持续推进和完善也具有积极意义。

参考文献

- [1] 闫路路. 互联网平台经济的反垄断探究[J]. 市场周刊, 2022(10): 180-182.
- [2] 任雪菲. 互联网平台滥用市场支配地位的反垄断规制研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北经贸大学, 2022.
- [3] 孙小文. 互联网平台垄断法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 郑州: 郑州大学, 2019.
- [4] 孙晋, 钟瑛嫦. 互联网平台型产业相关产品市场界定新解[J]. 现代法学, 2015, 37(6): 98-107.
- [5] 梁璞. 互联网平台的反垄断规制[J]. 商业经济, 2022(9): 150-153.
- [6] 单安婷. 互联网平台“二选一”行为反垄断法规制研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆工商大学, 2023.
- [7] 张语家. 互联网平台企业数据垄断的立法规制研究[D]: [硕士学位论文]. 保定: 河北大学, 2023.